

РЕЦЕНЗІЯ
на дисертаційну роботу
Ланчака Ярослава Миколайовича

«Графічний дизайн у брендуванні сучасних українських театрів»,
подану на здобуття на здобуття ступеня доктора філософії (PhD)
у галузі знань 02 «Культура і мистецтво» зі спеціальності 022 «Дизайн»

Актуальність дослідження «Графічний дизайн у брендуванні сучасних українських театрів», обумовлена наявністю дихотомічних процесів у суспільстві, а саме: все зростаючим впливом театрів як інституцій, що формують і конструюють сучасну медіакультуру на основі синтезу традиційних надбань та сучасних технологій, і все ще недостатнім рівнем розроблення й впровадження відповідного ступеня позиціонування кожної з таких інституцій у інформаційному просторі. Попри очевидність потреби диференціювання кожного з театрів і пошуку відповідної системи інтегрованих візуально-вербальних засобів ідентифікації, більшість театрів допоки оминають цю проблему та пов'язані з нею виклики, не усвідомлюючи руйнівних наслідків втрати довіри та зацікавлення глядачів. Виконане Ярославом Ланчаком дослідження значною мірою сприяє усуненню насамперед наукової лакуни щодо варіативного спектру засобів побудови айдентики для кожного з театрів та формування на її основі цілісного іміджевої стилістики, релевантної індивідуальному вектору творчих пошуків і стилістичних трендів у виставах кожного з українських театрів.

Відтак представлення упорядкованих і систематизованих засобів брендування театральних установ вирішує нагальні потреби, зумовлено викликами часу і потребує науково-методичного обґрунтування.

Наукова новизна результатів дослідження та їх наукова обґрунтованість. У дисертації Ланчака Ярослава Миколайовича презентовано комплексне осмислення графічного дизайну в брендуванні українських театрів третього десятиріччя ХХІ ст., доведено нагальність і необхідність ребрендингу більшості театрів на основі синтезу графічної культури та інноваційних технологій, а також узгодження єдиної візуальної системи між айдентикою та сукупністю різнохарактерних носіїв, що заповнюють сучасний інфопростір (сайти, афіши та візуальне наповнення інтер'єрів самих театрів).

Дослідженням встановлено, що семантичне поле айдентики сучасних українських театрів реалізується на основі варіативного спектру знаків, серед яких виділено наступні угруповання: іконічні, знаки-індекси, знаки-символи. Ретельний аналіз кожного з наведених угруповань дозволяє стверджувати наявність груп типових сенсів, кожний з яких по різному декодується споживачами і утворює змістові семантичні інтерпретації. Відзначено, що релевантність семантичного наповнення знакових форм айдентики обумовлюється, насамперед, комунікативною стратегією театру, його місією, репертуаром, стилем гри, а також психологічними особливостями представників цільових груп. З'ясовано, що найбільш впливовим і результативним каналом комунікації театрів з глядачами є дизайн сайтів та афіши, представлені як в друкованій, так і в електронній формі, однак дизайн і сайтів, і афіш потребує коригування і постійного співвіднесення візуальної стилістики з айдентикою театру та з загальною візуальною системою бренду, концептуалізації прийомів і засобів для наповнення середовищного графічного дизайну з урахуванням специфіки і стилю класичних інтер'єрів та інтер'єрів радянського модернізму.

В дисертаційній роботі Ярослава Ланчака виявлено, що в дизайні українських афіш активно застосовано засоби типографічного образотворення, а саме: летерингу, контраформи, лігатур, розміщення тексту за певною траєкторією, постмодерні шрифти у стилістиці «гранж», контрасти шрифтових пар, масштабів і пропорцій текстових блоків. Натомість в сайтах українських театрів переважає раціональність, типова структура й контент-наповнення.

Теоретичне та практичне значення. Дослідження Ярослава Ланчака здійснює теоретичний та практичний внесок у мистецтвознавство, стосовно специфіки та умов забезпечення диференційованого іміджу для кожного з сучасних українських театрів, за рахунок виокремлення і впровадження тенденцій їх ефективного брендуння. Основні положення й висновки дисертації можуть бути підґрунтям для подальших досліджень щодо збільшення комунікативної впливовості театральних інституцій, написання наукових праць у галузі графічного та сценічного дизайну, а також застосовуватися для змістового наповнення освітніх компонент на освітньо-професійних програмах «Графічний дизайн і реклама» та «Моушн-дизайн».

Відповідність дисертації встановленим структурно-змістовим вимогам. Дисертаційна робота Ланчака Ярослава Миколайовича за темою

«Графічний дизайн у брендуванні сучасних українських театрів» є самостійним, завершеним науковим дослідженням, що має чітку структуру, логічну послідовність викладу матеріалу та відповідає вимогам до оформлення дисертацій. Структура дисертації є релевантною встановленим стандартам, раціональною та логічною. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг дисертації складає 235 сторінок, із яких 154 – основного тексту.

У вступі лаконічно і переконливо обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження, окреслено хронологічні та просторові межі дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення отриманих результатів.

Розділи дисертації розкривають основні аспекти досліджуваної проблематики. Перший розділ присвячений теоретико-методологічним засадам дослідження графічного дизайну як комплексному інструментарію брендування. У ньому детально проаналізовано стан наукового розроблення проблеми брендування театральних інституцій, надано аналітичний виклад понятійно-категоріального апарату дослідження, окреслено джерельну базу і методи дослідження візуального контенту. Особлива увага приділена умовам впливовості візуальної продукції графічного дизайну, що визначаються семантичною насиченістю художніх образів, урахуванням контексту й інтерпретативних обріїв та формуються на основі айдентики і сталих засобів побудови стилістичної єдності. Окреслено систему носіїв айдентики сучасних театрів, серед в якості найбільш впливових виділено афіши та веб-сайти.

Другий розділ зосереджений на висвітленні семантичного поля і стильових вирішень як самої айдентики сучасних українських театрів, так і носіїв з її впровадженням. В межах розділу надано заглиблений аналітичний виклад щодо умов представлення інформації на сайтах, що уособлюють синтез раціонально-логічного та образного впливу та враховують потреби й зацікавлення різних верств цільової аудиторії. В межах розділу також розглянуто ступінь і умови впливовості театральних афіш, що поширені у сучасному інформаційному просторі та засоби позиціонування як окремих вистав, так і театрів в цілому, реалізовані у афішах.

У третьому розділі сформовано і окреслено перспективи графічного дизайну у брендуванні українських театрів, орієнтовані на міждисциплінарність, цифровізацію і поширення нових технологій. До наукового обігу введено термін «середовищний графічний дизайн у театрі» та

розглянуто його функціональні та іміджеві аспекти. Значну увагу приділено динамічному візуальному контенту у контексті репрезентації диференційованих ознак і мистецько-стилістичних пошуків кожного з театрів, що можуть реалізуватись на основі не тільки статичних носіїв продукції графічного дизайну, а також і через моушн-дизайн і технології AR / VR, впроваджені у соціальних мережах, що підвищує інформативність і естетичний ефект афіш, навігаційних систем, інформаційних стендів та забезпечують розширення впливів на цільову аудиторію.

Кожен розділ завершується висновками, що констатують та відображають основні наукові результати, отримані здобувачем. Список використаних джерел та додатки оформлені відповідно до встановлених вимог і доповнюють основний зміст роботи. Така структура дозволяє автору послідовно та всебічно розкрити досліджувану проблематику, починаючи від теоретичних засад і закінчуючи практичними аспектами та перспективами розвитку засобів і технологій брендування сучасних театральних інституцій.

Дисертаційне дослідження Ярослава Ланчака демонструє високий рівень оволодіння методологією наукової діяльності. Автор вправно застосовує комплексний підхід, поєднуючи різноманітні методи дослідження для досягнення поставленої мети. Такий комплексний методологічний підхід забезпечив отримання науково обґрунтованих та достовірних результатів дослідження. Автор продемонстрував здатність до критичного аналізу, синтезу інформації та формулювання власних наукових положень, що свідчить про високий рівень оволодіння методологією наукової діяльності.

Впровадження результатів дисертації. Варто також відзначити наявність якісного контенту з апробаціями результатів дослідження, що оприлюднені через три публікації у наукових фахових періодичних виданнях України, та 6 публікацій у матеріалах всеукраїнських та міжнародних наукових конференцій.

Дискусійні положення, зауваження та запитання по дисертації.

У дослідженні згадується про можливість і необхідність створення візуального контенту з урахуванням потреб різних груп реципієнтів, але означене питання не набуло розлогого і розгорнутого викладу з виділенням типових угруповань споживачів і рекомендаціями щодо уподобань кожного з сегментів.

У дослідженні згадується про потенціал застосування штучного інтелекту в брендуванні як окремих театральних вистав, так і театру в цілому, як носія

певної мистецької концепції, однак цей аспект розкрито недостатньо глибоко. Було б цікаво побачити більш детальний аналіз конкретних можливостей та обмежень використання ШІ в цій царині.

Втім, надані зауваження не зменшують загальної цінності дисертаційного дослідження, а скоріше окреслюють можливі напрямки для подальших наукових розвідок у цій галузі.

Висновок. Дисертація Ланчака Ярослава Миколайовича «Графічний дизайн у брендуванні сучасних українських театрів» повністю відповідає спеціальності 022 — Дизайн та вимогам «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженому Постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2012 р. № 44 (із змінами); «Порядку підготовки здобувачів вищої освіти доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)», затвердженому Постановою Кабінету міністрів від 23 березня 2016 р. №261 (зі змінами); «Вимогам до оформлення дисертації», затверджених Наказом Міністерства освіти і науки України від 12 січня 2017 р. №40 (зі змінами). Дисертація заслуговує на високу оцінку, що дає підстави для присудження ступеня доктора філософії за спеціальністю 022 Дизайн.

РЕЦЕНЗЕНТ

кандидат мистецтвознавства, доцент,
доцент кафедри графічного дизайну
Київського національного університету
культури і мистецтв

Т. О. Божко

